

**MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL UNTUK
MENGANALISIS HUBUNGAN KEMASAN, PERSEPSI
KUALITAS, KEPUASAN KONSUMEN, DAN DAYA
SAING BISNIS PADA PRODUK MAKANAN DAN
MINUMAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk *Top Brand* Di Jabodetabek)

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Statistika**



**Fitriana Era Madani
1314617036**

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

**PROGRAM STUDI STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

ABSTRAK

FITRIANA ERA MADANI. Model Persamaan Struktural Untuk Menganalisis Hubungan Pengemasan, Persepsi Kualitas, Kepuasan Konsumen, dan Daya Saing Bisnis Pada Produk Makanan dan Minuman. Skripsi, Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Jakarta. Agustus 2021.

Salah satu cara bagi pelaku bisnis industri makanan dan minuman untuk dapat memenangkan persaingan bisnis adalah dengan memperhatikan kepuasan konsumen. Terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, hubungan antara kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), kualitas produk yang dirasakan (*perceived quality*), pengemasan (*packaging*), dan daya saing bisnis (*business competitiveness*) dianalisis berdasarkan model persamaan struktural (*structural equation model*). Penelitian dilakukan terhadap sekitar 600 responden di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) pada bulan Juni 2021 yang telah mengkonsumsi lebih dari satu kali produk *top brand* khususnya Roma Malkist Crackers, Pop Mie, Tango Wafer, Nu Green Tea, Pocari Sweat, dan Ultra Milk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 5%, kualitas yang dirasakan memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan memberikan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap daya saing bisnis. Sementara itu, pengaruh langsung aspek pengemasan terhadap kepuasan konsumen serta pengaruh tidak langsung aspek pengemasan terhadap daya saing bisnis bersifat tidak signifikan. Besarnya varians dari kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh kualitas yang dirasakan dan pengemasan untuk produk makanan dan minuman relatif sama, yaitu sekitar 87%. Besarnya varians dari daya saing bisnis yang dijelaskan oleh kepuasan konsumen untuk produk makanan adalah 64% sedangkan untuk produk minuman sebesar 58%.

Kata kunci. *model persamaan struktural, kepuasan konsumen, kualitas yang dirasakan, pengemasan, daya saing bisnis*

ABSTRACT

FITRIANA ERA MADANI. Structural Equation Model to Analyze Relationships between Packaging, Perceived Quality, Customer Satisfaction, and Business Competitiveness in the Food and Beverage Products. Mini Thesis, Statistics Major, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, State University of Jakarta. August 2021

One of the strategies for food and beverage industry business players to win the business competition is to pay attention to customer satisfaction. Several factors can affect customer satisfaction. In this study, the relationship between customer satisfaction, perceived product quality, packaging, and business competitiveness was analyzed based on the structural equation model. The study was conducted on about 600 respondents in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) in June 2021 who had consumed more than one top brand product, especially Roma Malkist Crackers, Pop Mie, Tango Wafer, Nu Green Tea, Pocari Sweat, and Ultra Milk. The results of this study indicate that at the 5% significance level, perceived quality has a significant direct effect on customer satisfaction and has a significant indirect effect on business competitiveness. Meanwhile, the direct effect of the packaging aspect on customer satisfaction and the indirect effect of the packaging aspect on business competitiveness is not significant. The magnitude of the variance of customer satisfaction explained by perceived quality and packaging for food and beverage products is relatively the same, which is around 87%. The variance of business competitiveness as explained by customer satisfaction for food products is 64% while for beverage products it is 58%.

Keywords. structural equation model, customer satisfaction, perceived quality, packaging, competitiveness

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL UNTUK MENGANALISIS HUBUNGAN KEMASAN, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN KONSUMEN, DAN DAYA SAING BISNIS PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Kasus Pada Konsumen Produk *Top Brand* Di Jabodetabek)

Nama : Fitriana Era Madani
No. Registrasi : 1314617036

Nama



Tanggal

27/08/2021

Penanggung Jawab:

Dekan : Prof. Dr. Muktiningsih N. M.Si.
NIP. 196405111989032001

Wakil Penanggung Jawab:

Wakil Dekan I: Dr. Esmar Budi, S.Si., MT.
NIP. 197207281999031002

27/08/2021

Ketua Penguji : Dr. Ir. Bagus Sumargo, M.Si.
NIP. 196309221986011001

23/08/2021

Sekretaris : Vera Maya Santi, M.Si
NIP. 197905312005012006

24 Agustus 2021

Anggota:

Pembimbing I : Dian Handayani, M.Si.
NIP. 197404151998032001

24 Agustus 2021

Pembimbing II: Dania Siregar, S.Stat., M.Si.
NIDK. 8840600016

24 Agustus 2021

Penguji Ahli : Dra. Widyanti Rahayu, M.Si.
NIP. 196611032001122001

22/08/2021

Dinyatakan lulus ujian skripsi tanggal: 18 Agustus 2021

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“Model Persamaan Struktural Untuk Menganalisis Hubungan Kemasan, Persepsi Kualitas, Kepuasan Konsumen, dan Daya Saing Bisnis pada Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus pada Konsumen Produk Top Brand di Jabodetabek)”** yang disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Statistika dari Program Studi Statistika Universitas Negeri Jakarta adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing.

Sumber informasi yang disebutkan dalam teks atau dikutip dari penulis lain yang telah dipublikasikan telah dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah pada umumnya dan ketentuan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jika dikemudian hari ditemukan sebagian besar skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sanding dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 Agustus 2021



Fitriana Era Madani



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FITRIANA ERA MADANI
NIM : 1314617036
Fakultas/Prodi : MIPA / Statistika
Alamat email : fitrianarmdn@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Model Persamaan Struktural Untuk Menganalisis Hubungan Kemasan,
Persepsi Kualitas, Kepuasan Konsumen, dan Daya Saing Bisnis pada
Produk Makanan dan Minuman

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2021

Penulis

(Fitriana Era Madani)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* yang selalu memberikan rahmat dan karunia, kesehatan, ketabahan, serta ketekunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Model Persamaan Struktural Untuk Menganalisis Hubungan Kemasan, Persepsi Kualitas, Kepuasan Konsumen, dan Daya Saing Bisnis Pada Produk Makanan dan Minuman*” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Statistika pada Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Jakarta.

Dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan saudara-saudara, kepada Bapak Dr. Ir. Bagus Sumargo, M.Si. sebagai Kepala Koordinator Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Jakarta, serta Ibu Dian Handayani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dania Siregar, S.Stat., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, saran, dan motivasi selama proses penggerjaan skripsi, serta kepada seluruh dosen pengajar dan seluruh staf administrasi. Selain itu, kepada seluruh teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan dukungan secara moril, serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Tangerang, Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Definisi Model Persamaan Struktural	7
2.1.1 Variabel dalam SEM	8
2.1.2 Model Dasar dalam SEM	9
2.2 Teknik Dasar Model Persamaan Struktural	17
2.2.1 Asumsi	17
2.2.2 Tahapan	18
2.3 Produk <i>Top Brand</i>	27
2.4 Penelitian Terkait Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Data Penelitian.....	31
3.2 Variabel Penelitian	31
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Perumusan Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Responden.....	45
4.1.1 Responden Kuesioner Penilaian Produk Makanan	45
4.1.2 Responden Kuesioner Penilaian Produk Minuman.....	48
4.2 Tahap Awal Analisis SEM	50
4.2.1 Spesifikasi Model.....	50
4.2.2 Diagram Jalur.....	53
4.2.3 Identifikasi Model	54
4.3 Analisis Data Penilaian Produk Makanan	54
4.3.1 Model Pengukuran	56
4.3.2 Model Struktural	64
4.4 Analisis Data Penilaian Produk Minuman	68
4.4.1 Model Pengukuran	69
4.4.2 Model Struktural	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83

5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jenis Variabel Laten	8
Gambar 2. Jenis Variabel Teramati	9
Gambar 3. Indikator Reflektif	12
Gambar 4. Perbedaan Antar Model	14
Gambar 5. Diagram Alir Penelitian.....	41
Gambar 6. Konseptual Model.....	42
Gambar 7. Diagram Responden Produk Makanan Menurut Jenis Kelamin.....	45
Gambar 8. Diagram Responden Makanan Menurut Daerah Domisili	46
Gambar 9. Diagram Responden Produk Makanan Menurut Usia	46
Gambar 10. Diagram Responden Produk Makanan Menurut Jenjang Pendidikan	47
Gambar 11. Diagram Responden Produk Minuman Menurut Jenis Kelamin....	48
Gambar 12. Diagram Responden Minuman Menurut Daerah Domisili.....	48
Gambar 13. Diagram Responden Produk Minuman Menurut Usia	49
Gambar 14. Diagram Responden Produk Minuman Menurut Jenjang Pendidikan	49
Gambar 15. Diagram Jalur.....	53
Gambar 16. Diagram Merek Produk Makanan yang Dipilih Responden.....	55
Gambar 17. Tiga Model Pengukuran yang Membentuk Model Struktural	55

Gambar 18. Model Pengukuran (a) Produk Makanan	56
Gambar 19. Diagram Jalur Model Pengukuran (a) Produk Makanan	59
Gambar 20. Model Pengukuran (b) Produk Makanan.....	60
Gambar 21. Diagram Jalur Model Pengukuran (b) Produk Makanan.....	62
Gambar 22. Model Pengukuran (c) Produk Makanan.....	62
Gambar 23. Diagram Jalur Model Pengukuran (c) Produk Makanan	64
Gambar 24. Diagram Jalur Model Regresi Struktural Produk Makanan	65
Gambar 25. Model Struktural Produk Makanan	66
Gambar 26. Diagram Merek Produk Minuman yang Dipilih Responden.....	68
Gambar 27. Tiga Model Pengukuran yang Membentuk Model Struktural	69
Gambar 28. Model Pengukuran (a) Produk Minuman	70
Gambar 29. Diagram Jalur Model Pengukuran (a) Produk Minuman	73
Gambar 30. Model Pengukuran (b) Produk Minuman	73
Gambar 31. Diagram Jalur Model Pengukuran (b) Produk Minuman	76
Gambar 32. Model Pengukuran (c) Produk Minuman	76
Gambar 33. Diagram Jalur Model Pengukuran (c) Produk Minuman	78
Gambar 34. Diagram Jalur Model Regresi Struktural Produk Minuman.....	79
Gambar 35. Model Struktural Produk Minuman.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Simbol dalam Model Jalur	16
Tabel 2. Goodness of Fit Indices	24
Tabel 3. Penelitian Terdahulu Terkait Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction).....	28
Tabel 4. Pengembangan Kuesioner Kualitas Produk yang Dirasakan	32
Tabel 5. Pengembangan Kuesioner Pengemasan	34
Tabel 6. Pengembangan Kuesioner Kepuasan Konsumen	35
Tabel 7. Pengembangan Kuesioner Daya Saing Bisnis.....	36
Tabel 8. Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 9. Responden Produk Makanan Menurut Jenis Pekerjaan	47
Tabel 10. Responden Produk Minuman Menurut Jenis Pekerjaan.....	50
Tabel 11. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (a) Produk Makanan.....	57
Tabel 12. Hasil Analisis Uji Validitas PQ dan P Produk Makanan Setelah Direduksi	58
Tabel 13. Hasil Analisis Uji Reliabilitas PQ dan P Produk Makanan.....	59
Tabel 14. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (b) Produk Makanan	60
Tabel 15. Hasil Analisis Uji Validitas CS Produk Makanan	61
Tabel 16. Hasil Analisis Uji Reliabilitas CS Produk Makanan.....	61
Tabel 17. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (c) Produk Makanan.....	63

Tabel 18. Hasil Analisis Uji Validitas C Produk Makanan Setelah Direduksi	63
Tabel 19. Hasil Analisis Uji Reliabilitas C Produk Makanan	64
Tabel 20. Hasil Analisis GOFI Model Regresi Struktural Produk Makanan	65
Tabel 21. Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Laten Produk Makanan	66
Tabel 22. Hasil Analisis Model Struktural Produk Makanan	67
Tabel 23. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (a) Produk Minuman	71
Tabel 24. Hasil Analisis Uji Validitas PQ dan P Produk Minuman Setelah Direduksi	71
Tabel 25. Hasil Analisis Uji Reliabilitas PQ dan P Produk Minuman	72
Tabel 26. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (b) Produk Minuman	74
Tabel 27. Hasil Analisis Uji Validitas CS Produk Minuman	75
Tabel 28. Hasil Analisis Uji Reliabilitas CS Produk Minuman	75
Tabel 29. Hasil Analisis GOFI Model Pengukuran (c) Produk Minuman	77
Tabel 30. Hasil Analisis Uji Validitas C Produk Minuman	77
Tabel 31. Hasil Analisis Uji Reliabilitas C Produk Minuman	78
Tabel 32. Hasil Analisis GOFI Model Regresi Struktural Produk Minuman	79
Tabel 33. Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Laten Produk Minuman.....	80
Tabel 34. Hasil Analisis Model Struktural Produk Minuman.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks varians-kovarians berdasarkan model yang dispesifikasi .	95
Lampiran 2. Kuesioner Daring Penilaian Produk Makanan	98
Lampiran 3. Kuesioner Daring Penilaian Produk Minuman.....	99
Lampiran 4. Sintaks R Analisis Produk Makanan	100
Lampiran 5. Sintaks R Analisis Produk Minuman.....	102
Lampiran 6. Package Lavaan	105
Lampiran 7. Output Software R Analisis Produk Makanan.....	105
Lampiran 8. Output Software R Analisis Produk Minuman	110